

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap terhadap Keputusan Anggota Menggunakan *Mobile* BMT (Studi Kasus Anggota Baitul Maal Wat Tamwil PETA Tulungagung dan Baitul Maal Wat Tamwil PETA Trenggalek)” ini ditulis oleh Intan Sariputri, NIM. 17401163193 jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi pentingnya lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan dimana motivasi, persepsi, sikap dan pengetahuan berperan penting dalam meningkatkan keputusan anggota. Keputusan merupakan suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui motivasi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek. (2) Untuk mengetahui persepsi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek. (3) Untuk mengetahui pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek. (4) Untuk mengetahui sikap berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek. (5) Untuk mengetahui motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap secara bersama-sama mempengaruhi keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*, jumlah sampel yang digunakan 89 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket dengan skala pengukuran adalah skala *likert*. Analisis data yang digunakan meliputi (1) uji instrumen data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, (2) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas (3) analisis regresi linier berganda, (4) uji hipotesis meliputi uji t dan uji f dan (5) uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menggunakan uji-t menunjukkan bahwa setiap variabel motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek. Sedangkan dari hasil pengujian secara simultan uji-F diketahui bahwa variabel motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di KSPPS BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek.

Kata Kunci: Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Sikap, dan Keputusan Anggota

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Motivation, Perception, Knowledge and Attitudes on Customer Decisions to Use Mobile BMT (Case Study on Customer of KSPPS BMT PETA Tulungagung and Trenggalek)" was written by Intan Sariputri, NIM. 17401163193 majoring in Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), IAIN Tulungagung with supervision by Muhammad Aqim Adlan, M.E.I.

This research is motivated by the importance of institutions engaged in financial services where motivation, perception, knowledge and attitude play an important role in increasing customer decision. Decision is an end of the thought process about a problem to answer the question what must be done to solve the problem.

The objectives of this study were (1) To examine the significant influence between motivation on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek. (2) To test the significant influence between perception on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek. (3) To test the significant influence between knowledge on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek. (4) To test the significant influence between attitude on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek. (5) To test the simultaneous influence between motivation, perception, knowledge and attitude on on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek.

This research uses a quantitative approach with associative research type. The sampling technique used random sampling, the number of samples used was 89 respondents. Data collection techniques using a questionnaire / questionnaire with a scale of measurement is the Likert scale. The data analysis used included (1) test data instruments, namely validity and reliability tests, (2) classic assumption tests including normality tests, multicollinearity tests and heterosidasticity tests (3) multiple linear regression analysis, (4) hypothesis testing including t test and f test and (5) determination coefficient test.

The results of the study using the t-test showed that each variable of motivation, perception, knowledge and attitude had a positive and significant effect on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek. Meanwhile, from the simultaneous test results f-test, it is known that the variables of motivation, perception, knowledge and attitude had a positive and significant effect together have a positive and significant effect on on customer decisions of BMT PETA Tulungagung and Trenggalek.

Keyword: Motivation, Perception, Knowledge, Attitude and Customer Decision